

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK POND'S PADA
KONSUMEN HYPERMART PTC SURABAYA**



Oleh:

SILVI EKA PRAWIJI

NPM: 14.1.02.08958

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2018

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK POND'S PADA
KONSUMEN HYPERMART PTC SURABAYA**

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi: Manajemen Pemasaran

Oleh:

SILVI EKA PRAWIJI

NPM: 14.1.02.08958

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2018

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK POND'S
PADA KONSUMEN HYPERMART PTC SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**SILVI EKA PRAWIJI
NPM : 14.1.02.08958**

Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji

Pada Tanggal 07 April 2018

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Heru Suprihhadi, M.S., C.P.M.

**Anggota : 1. Dra. Ec. Sasi Agustin, M.M.
2. Dr. Prijati, S.E., M.M.**

Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima

Oleh:

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dra. Ec. Sasi Agustin, M.M.

Dr. Triyonowati, S.E., M.Si.

Ketua STIESIA



Dr. Nur Fadjiyah Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **SILVI EKA PRAWIJI**

N.P.M : **14.1.02.08958**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK POND'S PADA
KONSUMEN HYPERMART PTC SURABAYA.**

diajukan untuk diuji pada tanggal 07 April 2018, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 07 April 2018



Silvi Eka Prawiji

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Silvi Eka Prawiji
NPM : 14.1.02.08958
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Lamongan, 13 April 1995
Agama : Islam
Jumlah Saudara : Satu (1)
Alamat Rumah : Jln. Wiyung 4a no.64, Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Kaprawi
Alamat Rumah/Telepon : Jln. Wiyung 4a no.64, Surabaya
Alamat Kantor/Telepon : Jln. Raya Wiyung no.2, Surabaya
Pekerjaan/Jabatan : Pemilik Perusahaan

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN WIYUNG II 454 tahun 2007
2. Tamat SLTP di SMP KARTIKA V-10 Surabaya tahun 2010.
3. Tamat SLTA di SMKN 6 Surabaya tahun 2013.
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VIII	2014-2018	-

1. DAFTAR RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

SILVI EKA PRAWIJI

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PPND’S PADA KONSUMEN HYPERMART PTC SURABAYA”** dengan baik.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Selama penyusunan skripsi ini tentunya penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing penulis. Kasih yang tulus serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Ibu Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dr. Triyonowati, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Sasi Agustin, M.M. selaku dosen pembimbing yang meluangkan banyak waktunya, membimbing, dan mengarahkan dengan baik penulis dalam penyusunan skripsi ini sampai dengan selesai.

4. Ibu Dr. Prijati, S.E., M.M. selaku dosen wali yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan pada saat perwalian berlangsung
5. Bapak dan Ibu dosen serta para staf STIESIA Surabaya kiranya telah memberikan ilmu dan pengetahuan pada penulis, selama menimba ilmu di kampus STIESIA Surabaya.
6. Kepada kedua orang tua saya tercinta yaitu Kaprawi dan Siti Nuriyati, yang telah sangat banyak memberikan doa dan dukungannya kepada penulis baik itu moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat diselesaikan penulis. Adik tercinta saya Kartika Devi Puspita Sari serta keluarga dan kerabat yang senantiasa memberikan doa serta dukungan semangat kepada penulis.
7. Teman terbaik saya Arif Hidayatullah yang telah memberi saya banyak dukungan, doa, motivasi maupun semangat untuk selalu menyelesaikan skripsi ini. Sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
8. Sahabat-sahabat saya tercinta Farah Nadiyah, Erika Maudhy, John Simon Tamala, Rizky Andofa, Anta Miftakhur Rohman, Eripka B.R Sembiring, Nadya Oktavia, Devita Ayu, Nailil Adhawiyah, Yuan Patra, Eko wahyu, Wisnu Satria, dan Anggun Putri. Yang tak henti memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis, sampai terselesaikan penulisan skripsi ini.
9. Seluruh kawan seperjuangan saya SM5 angkatan 2014 yang bersama-sama berjuang dalam menempuh ilmu perkuliahan perkuliahan selama

ini serta memberikan doa, motivasi, dan dukungan kepada saya dalam penyelesaian penelitian skripsi ini.

10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan naskah skripsi ini.

Rasa hormat dan terimakasih bagi semua pihak atas segala dukungan dan doanya semoga Allah SWT, membalas segala kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis.

Surabaya, 07 April 2018

SILVI EKA PRAWIJI

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
 BAB 1 : PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
 BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN	
HIPOTESIS	8
2.1 Tinjauan Teoritis	8
2.1.1 Pemasaran	8
1. Pengertian Pemasaran	8
2. Konsep Pemasaran	9
3. Proses Pemasaran	11
4. Bauran Pemasaran	12
2.1.2 Produk.....	14
1. Pengertian Produk	14
2. Tingkatan Produk	14
3. Klasifikasi Produk	15
4. Kualitas Produk	17
5. Indikator Produk.....	17
2.1.3 Harga	17
1. Pengertian Harga	17
2. Metode Penetapan Harga	18
3. Tujuan Penetapan Harga	19
4. Indikator Harga.....	20
2.1.4 Promosi	20

1. Pengertian Promosi.....	20
2. Tujuan Promosi	21
3. Bauran Promosi	22
4. Indikator Promosi	23
2.1.5 Lokasi.....	23
1. Pengertian Lokasi	23
2. Indikator Lokasi	24
2.1.6 Kesadaran Merek	25
1. Pengertian Kesadaran Merek.....	25
2. Tingkat Kesadaran Merek	26
3. Indikator Kesadaran Merek	28
2.1.7 Keputusan Pembelian	28
1. Pengertian Keputusan Pembelian	28
2. Peran Dalam Keputusan Pembelian	30
3. Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen	31
4. Indikator Keputusan Pembelian	33
2.1.8 Penelitian Terdahulu	33
2.2 Rerangka Konseptual	35
2.3 Pengembangan Hipotesis	35
BAB 3 : METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran Dari Populasi Penelitian	40
3.1.1 Jenis Penelitian	40
3.1.2 Gambaran dari Populasi Penelitian	40
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	41
3.3 Teknik Pengumpulan Data	42
3.3.1 Jenis Data	42
3.3.2 Sumber Data	43
3.3.3 Teknik pengumpulan Data	43
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	43
3.4.1 Variabel	43
3.4.2 Devinisi Operasional Variabel	44
1. Produk (Pd).....	44
2. Harga (Hr)	45
3. Promosi (Pm)	45
4. Lokasi (Lk)	46
5. Kesadaran Merek (KM).....	47
6. Keputusan Pembelian (KP)	47
3.5 Teknik Analisis Data	49
3.5.1 Uji Instrumen	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas.....	50
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.5.3 Uji Uji Kelayakan Model	51
1. Uji F	51

2. Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	52
3. Uji Koefisiensi Korelasi (R).....	52
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	53
1. Uji Normalitas	53
2. Uji Multikolinearitas	54
3. Uji Heterokedastisitas.....	54
3.5.5 Uji Hipotesis Penelitian (Uji t)	55
BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Hasil Penelitian	56
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	56
1. Sejarah Perusahaan	56
2. Penguat Infrastruktur	57
3. Pusat Distribusi Hypermart	58
4.1.2 Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	59
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
4.1.3 Analisis Hasil Deskriptif Penelitian	61
1. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Produk	62
2. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Harga	64
3. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Promosi.....	66
4. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Lokasi	68
5. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Kesadaran Merek	70
6. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Keputusan Pembelian	72
4.1.4 Uji Instrumen	74
4.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda	77
4.1.6 Uji Kelayakan Model.....	79
4.1.7 Uji Asumsi Klasik	82
4.1.8 Uji Hipotesis Penelitian (Uji t)	87
4.2 Pembahasan	90
4.2.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	90
4.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	90
4.2.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	91
4.2.4 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	92
4.2.5 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	93
BAB 5 : PENUTUP	94
5.1 Simpulan	94
5.2 Keterbatasan	95

5.3 Saran	95
JADWAL PENELITIAN	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	101



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Ringkasan Penelitian Terdahulu	34
2. Kelas Interval	42
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	60
5. Kelas Interval	61
6. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Produk	63
7. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Harga	65
8. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Promosi.....	67
9. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Lokasi	69
10. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kesadaran Merek.....	71
11. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Keputusan Pembelian	73
12. Hasil Uji Validitas.....	75
13. Hasil Uji Reliabilitas.....	76
14. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	77
15. Hasil Uji F.....	80
16. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	81
17. Hasil Uji Normalitas	83
17. Hasil Uji Multikolinieritas	85
18. Hasil Uji Hipotesis Penelitian.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

1. Tahap- Tahap Keputusan Pembelian	31
2. Rerangka Konseptual	35
3. Normal P-P Of Regression.....	84
4. Scatterplot Uji Heterokedastisitas	86



DAFTAR LAMPIRAN

Kuisisioner	Lampiran 1
Tabulasi Hasil Kuisisioner.....	Lampiran 2
Frekuensi Data	Lampiran 3
Uji Validitas dan Reliabilitas	Lampiran 4
Hasil Regresi	Lampiran 5
Grafik Normal Plot	Lampiran 6
Grafik Scatterplot.....	Lampiran 7
Tabel r Product Moment	Lampiran 8
Surat Pengantar ke Dosen Pembimbing.....	Lampiran 7
Konsultasi Bimbingan Skripsi	Lampiran 8
Ijin Riset dari STIESIA.....	Lampiran 9
Keterangan Selesai Riset.....	Lampiran 10
Sertifikat Seminar Hasil Penelitian	Lampiran 11